

Übergreifende mediale und gesellschaftliche Entwicklungen



Das 19. Jahrhundert als Mediengesellschaft

Herausgegeben von Jörg Requate

2009 | 196 S., 25 Abb., | Br. | € 24,80

ISBN 978-3-486-59140-8

Ateliers des Deutschen Historischen Instituts Paris, Bd. 4

Vom 19. Jahrhundert als einer Mediengesellschaft zu sprechen, erscheint als ein Anachronismus. Der Begriff sucht den Bedeutungsgewinn und die Diversifizierung der Medien in der Gegenwart zu erfassen und damit nicht zuletzt heutige von früheren Gesellschaften abzugrenzen. Die Annahme, dass Medien in früheren Gesellschaften nicht ebenfalls eine zentrale und spezifische Rolle zukam, wäre jedoch irrig. So war das 19. Jahrhundert nicht nur vom Aufstieg einer Vielzahl einstmals neuer Medien geprägt, sondern auch dadurch, dass sich die Gesellschaft über öffentliche und mediale Kommunikation erst konstituierte und ausdifferenzierte.

Beiträge in deutscher und französischer Sprache von Anne-Claude Ambroise-Rendu, Frank Becker, Laurent Bihl, Frank Bösch, Christian Delporte, Thorsten Gudewitz, Daniela Kneißl, Martin Kohlrausch, Philipp Müller, Alice Primi, Jörg Requate, Marie-Ève Thérenty, Ludwig Vogl-Bienek

Das Werk ist im Open Access unter www.oldenbourg-wissenschaftsverlag.de

oldenbourg.de

Rezensionsexemplare auf Anforderung:

Pressereferat Geisteswissenschaften – Ulrike Staudinger

Oldenbourg Wissenschaftsverlag | Rosenheimer Str. 145 | 81671 München

Tel.: +49 89 45051-211 | Fax: +49 89 45051-204 | ulrike.staudinger@oldenbourg.de

Alle Veröffentlichungen des Oldenbourg Verlags sind über den Buchhandel zu beziehen.